



**OBWALDEN TOURISMUS AG**  
**GESCHÄFTSBERICHT**

**2013**







BERICHT  
5-7

MARKETING UND VERKAUF  
8-13

FINANZEN  
15-18

INFOSTELLE  
20-21

FACTS & FIGURES  
22-23

AUSBLICK  
24

ORGANE  
27-28



GESPRÄCH ZWISCHEN VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENT FLORIAN SPICHTIG  
UND GESCHÄFTSLEITER MARKUS BOLLIGER

**Die Obwalden Tourismus AG ist seit dem 1. Januar 2013 operativ tätig. Im Rahmen eines lockeren Gesprächs blicken Florian Spichtig und Markus Bolliger zurück auf ein ereignisreiches erstes Geschäftsjahr.**

**Florian Spichtig (F.S.)** Wie schnell doch die Zeit vergeht! Eben erst standen wir noch gemeinsam im Büro von Regierungsrat Niklaus Bleiker. Das war im Oktober 2012 und unsere erste Begegnung. Erinnerst du dich?

**Markus Bolliger (M.B.)** Klar! Ein paar Minuten zuvor habe ich die Zusage für die Stelle als Geschäftsleiter von Obwalden Tourismus erhalten. Die Freude war gross und natürlich auch die Motivation, den Tourismus im Kanton auf Vordermann zu bringen. Dazu kam die Spannung, den neuen «Chef» kennen zu lernen.

**F.S.** Ging mir damals genau so. Die Motivation, in «meinem» Obwalden mit Engagement und Kreativität eine funktionierende Tourismusdestination aufzubauen, war und ist immer noch gross.

**M.B.** Welches waren für dich als Verwaltungsratspräsidenten die grössten Herausforderungen im ersten Geschäftsjahr?

**F.S.** Chronologisch waren es die Übernahme der Geschäftsstelle von Sarnen Tourismus bis Ende 2012 und die Aufnahme der operativen Tätigkeiten von Obwalden Tourismus ab Januar 2013. Gleichzeitig formierte sich der VR unter meiner Leitung und die Umsetzung des neuen Tourismusgesetzes stand an. Dazu definierten wir die Marketingstrategie, gaben Obwalden Tourismus mit dem neuen Erscheinungsbild ein Gesicht und durften den Umzug in die neuen Büroräumlichkeiten am Bahnhof Sarnen vorbereiten.



Zudem mussten auch die Leistungsvereinbarungen mit dem Kanton und den Einwohnergemeinden vorbereitet werden. Wie sah das bei dir aus? Du hast ja am 1. Februar 2013 deine Tätigkeit als Geschäftsleiter aufgenommen.

**M.B.** Ich habe damals, wie es mir beim Vorstellungsgespräch zugesichert wurde, wirklich eine grüne Wiese vorgefunden. Das machte für mich die Aufgabe umso spannender. Schritt für Schritt habe ich zentrale Aufgaben wie die Personalrekrutierung und die Organisation der Geschäftsstelle in Angriff genommen. Bei aller Aufbauarbeit war es dabei wichtig, den Fokus auf das Tagesgeschäft mit der Gästeinformation und der Vermarktung der Region nicht aus den Augen zu verlieren.

**F.S.** Apropos Aufbauarbeit: Seit Juni 2012 haben wir im Kanton Obwalden ein neues Tourismusgesetz.

« DIE MOTIVATION, IN «MEINEM» OBWALDEN  
MIT ENGAGEMENT UND KREATIVITÄT  
EINE FUNKTIONIERENDE TOURISMUS-  
DESTINATION AUFZUBAUEN, WAR UND IST  
IMMER NOCH GROSS. » F.S.



Leistungsträger wie etwa Hotels, Ferienwohnungen, Bergbahnen, aber auch Restaurants und weitere zahlen der neuen Tourismusorganisation eine jährliche Pauschale. Das Geld fliesst neu nicht mehr in die einzelnen Gemeinden, sondern zur Obwalden Tourismus AG. Wie hast du die Umsetzung des neuen Gesetzes erlebt?

**M.B.** Zuerst mussten wir uns ein Bild machen, wer im Kanton vom neuen Gesetz betroffen ist, da gegenüber früher nicht mehr nur die Beherberger Abgaben bezahlen müssen. Danach galt es herauszufinden, wer diese Abgabepflichtigen sind. In den Kategorien Hotels, Ferienwohnungen und Transportunternehmen war dies relativ unkompliziert. Um jedoch an die Daten der Zweitwohnungsbesitzer im Kanton zu gelangen, mussten wir einen starken Effort leisten. Ich staunte nicht schlecht, als wir über 700 Zweitwohnungsbesitzer im Kanton ausmachten – und dies ohne Engelberg! Die Abgabepflichtigen wurden dann im Juni, Juli das erste Mal mit einer provisorischen Verfügung über die Höhe der Abgabe informiert.

**F.S.** Das gab ja dann ziemlich viele Telefonanrufe und schriftliche Einwände.

**M.B.** Da die meisten der Zweitwohnungsbesitzer mit unserer provisorischen Verfügung zum ersten Mal vom neuen Gesetz erfuhren, waren sie natürlich nicht erfreut, eine höhere Abgabe bezahlen zu müssen. Das Ausmass der Reaktionen hat mich dann aber doch überrascht. Die Beantwortung von über 500 Vorbehalten zum neuen Gesetz hat uns im Zeitplan arg zurückgeworfen. Aber es gelang uns schliesslich, das neue Gesetz umzusetzen und die entsprechenden

Abgaben in Rechnung zu stellen. Der Initialaufwand im ersten Jahr war sehr gross. Ich bin aber zuversichtlich, dass wir die administrativen Aufwände in Zukunft massiv senken können. Am meisten Zeit benötigte ich, um die Absicht der neuen Gesetzgebung zu erklären.

**F.S.** Kannst du das Tourismusgesetz im Kanton Obwalden in ein paar Sätzen zusammenfassen?

**M.B.** Das neue Gesetz ist für den Tourismus eine kleine Revolution. Statt einer Kurtaxe verlangen wir neu eine jährliche Pauschale. Dies belohnt die Fleissigen. Leistungsträger, die ihre Unterkünfte nur wenige Wochen im Jahr vermieten, haben das Nachsehen. Mit der Annahme der Zweitwohnungsinitiative im Frühjahr 2012 entstanden auch neue Überlegungen zur Nutzung touristischer Infrastrukturen. Das neue Gesetz soll unsere Leistungsträger motivieren, ihre Betten möglichst oft zu vermieten. Mit der Schaffung des neuen Gesetzes und dem grossen finanziellen Engagement des Kantons haben wir die Verantwortung und die Aufgabe übernommen, den Kanton nach aussen zu tragen und unsere Landschaften, unsere Kultur und unsere Vielfalt aktiver zu vermarkten.

Nach der Gründung der Obwalden Tourismus AG im September 2012 mussten alle Funktionen, von den Verwaltungsräten über den Geschäftsleiter bis zu den Mitarbeitenden, neu besetzt werden. Das Amt des Verwaltungsratspräsidenten hat im November 2012 Florian Spichtig, Geograf aus Sachseln, übernommen. Markus Bolliger aus Alpnach übernahm die Funktion des Geschäftsleiters am 1. Februar 2013. Für beide ist der Aufbau einer neuen, schlagkräftigen Vermarktungsorganisation für den alten Kantonsteil eine grosse Motivation und Herausforderung zugleich.

fördern und diese Segmente mit gezielten Massnahmen anzusprechen. Was hast du für das laufende Jahr in Planung?

**M.B.** Der neue Internetauftritt bildet das Herzstück der Kommunikation, auf welchem alle anderen Massnahmen aufgebaut sind. Zusätzlich bearbeiten wir die einzelnen Geschäftsfelder mit gezielten Aktivitäten. Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Information nach innen, indem wir den Leistungsträgern und Gemeinden das Informationsmaterial für die Gästebetreuung vor Ort zur Verfügung stellen. Ein Highlight bildet sicherlich auch der Auftritt vom Kanton Obwalden am Sechseläuten. Der Tourismus ist einer der Schwerpunkte und wir wollen den Zürchern die Vielfalt und die kurze Reisezeit nach Obwalden näherbringen. Übrigens: Mit welchem Geheimtipps würdest du versuchen, neue Gäste anzulocken?

« OBWALDEN BESTEHT AUS VIELEN KLEINEN  
TOURISTISCHEN PERLEN. DIESE GILT  
ES AUFZUSPÜREN UND ENTSPRECHEND ALS  
GEHEIMTIPPS ZU VERMARKTEN. » M.B.

**F.S.** Da weiss ich gar nicht, wo anfangen. Obwalden ist voller kleiner Geheimtipps! Vom Fischessen am See bis zum Bratchäs auf der Alp, vom Sonnenaufgang auf dem Giswilerstock bis zur Freinacht am Fasnachtsmontag. Und seien wir ehrlich: Die Chance, auf einen Steinbock zu treffen, ist bei uns am Tomlihorn grösser als fast überall sonst in der Schweiz.

## Im Marketing lag der Fokus im Jahr 2013 auf dem Gesamtauftritt von Obwalden Tourismus. Es stellte sich die Frage, wie Obwalden als Tourismusregion künftig wahrgenommen werden soll.

Eine neue Marke musste her. Mit der Kernaussage «Obwalden – der Geheimtipp» wurde die Basis für eine langfristig erfolgreiche Positionierung der Tourismusregion Obwalden gelegt. In enger Zusammenarbeit mit der Agentur Amrhein Anderhalden GmbH in Sarnen wurde dafür ein überzeugendes Gestaltungskonzept entwickelt. Der neue Auftritt besticht durch seine Schlichtheit. Das Logo ist beliebig kombinierbar und kann somit bei Bedarf für jede Gemeinde oder Region eingesetzt werden. Das Corporate Design wird durch einen Marker abgerundet, der mittels Text oder eines Icons auf ein Angebot oder einen Geheimtipp verweist. Für die Marketingaktivitäten wurden im vergangenen Jahr rund CHF 255 000 eingesetzt, wovon ein grosser Teil für den Aufbau der Werbung (CD/CI, Gestaltung Inserate und Internetseite etc.) verwendet wurde.

### Werbemittel

**Film und Foto** – Ferien und Freizeit sind in unserer schnelllebigen und von Hektik geprägten Zeit kostbarer denn je. Gäste zu überzeugen, diese Zeit im vielfältigen Obwalden zu verbringen, gelingt nur, wenn Emotionen geweckt werden – zum Beispiel mit starken Bildern. Aus diesem Grund wurde der Kernser Fotograf Milan Rohrer beauftragt, Obwalden von der schönsten Seite und auf geheimnisvolle Art und Weise abzulichten. Zudem wurden aus dem Archiv von Josef Imfeld aus Lungern traumhafte Fotografien gekauft und auch von der Vorgängerorganisation konnte Fotomaterial übernommen werden. Bei den Bildern stehen bewusst die Landschaften und nicht Personen im Vordergrund.

Emotionen werden besonders über bewegte Bilder geweckt. Zusammen mit Sooli Film aus Stans ist Ende 2013 ein erster Kurzfilm entstanden. Weitere werden

2014 folgen. Videos sind in der heutigen Zeit sehr beliebt und steigern aufgrund der Relevanz im Internet das Suchmaschinenranking.

**Printmedien** – Obwalden Tourismus hat sich im ersten Geschäftsjahr hauptsächlich auf die Informations- und Angebotsbroschüren der lokalen Tourismusorganisationen und Angebotspartner gestützt. Seit September 2013 erscheint wöchentlich ein Gästeprogramm, welches jeweils ab Montag in der Infostelle aufliegt. Das Gästeprogramm erteilt Auskunft über bevorstehende Anlässe und Aktivitäten in der Region und beinhaltet jeweils einen saisonalen Geheimtipp. Das Programm wird an Hotels, Restaurants, Tourismusvereine und weitere Abonnenten versandt und steht so den Gästen vor Ort auch direkt bei den Leistungsträgern zur Verfügung. In guter Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus ist Obwalden in zahlreichen Broschüren gezielt integriert worden:

- Lucerne City Guide
- Excursions: Ausflugerlebnisse
- Winter-Erlebnisse
- Brauchtum und Nostalgie
- Wandertipps
- Freizeiterlebnisse
- Erlebnisse für Gruppen: Ideen-Handbuch
- Sales Manual: Verkaufshandbuch der LT AG

Das Bedürfnis der Gäste und Leistungspartner nach geeignetem Informationsmaterial von Obwalden ist gross. Obwalden Tourismus hat sich im Jahr 2013 zusammen mit der Agentur Amrhein Anderhalden intensiv mit der Konzeption von neuen Werbemitteln befasst. Seit Anfang 2014 liegen die ersten Ergebnisse vor.

**WO? OW!**

WO es einfach schön ist.

**GEHEIM TIPP**

Blick vom Hochstollen Richtung Melchsee-Frutt und Titlis

**OBWALDEN**  
www.obwalden-tourismus.ch

- OW – WO das Beeindruckende nahe liegt.  
45 Minuten von Zürich und die Bergwelt liegt zu Füssen. Überraschend vielfältige Ausflugstipps unter: [www.obwalden-tourismus.ch/ausflugstipps](http://www.obwalden-tourismus.ch/ausflugstipps)
- OW – WO Sie 2 Tage freie Fahrt geniessen.  
Mit dem Obwaldner-Kombi 3 oder 5 Übernachtungen im Hotel Ihrer Wahl und 2 Tage freie Fahrt mit dem Tell-Pass (Schiff, Postauto, Bahn und Bergbahnen). Infos unter: [www.obwalden-tourismus.ch/ow-kombi](http://www.obwalden-tourismus.ch/ow-kombi)
- OW – WO etwas los ist.  
17.08.2013  
**The Mountainman**  
Alpine Trail Running Challenge
- 18.08.2013  
**Nationaler OL**  
Melchsee-Frutt
- 08.09.2013  
**o-tour**  
MTB Marathon Weltcup
- 28.09.2013  
**Grosse Alpbabfahrt**  
in Kerns

**Give-Aways** – An der Eröffnung des Bahnreisezentrums fanden die kurz zuvor produzierten Give-Aways wie die OW-Kleber, Schokoladen und Ballone reissenden Absatz. An diversen Sportveranstaltungen in Obwalden sind zudem gebrandete Trinkflaschen verteilt worden.

**Starke Partnerschaften sind in der Tourismusbranche nicht mehr wegzudenken. Bei Partnerschaften gilt es, die Synergien zu nutzen und Kräfte zu bündeln, um gemeinsame Kampagnen zu lancieren.**

#### Kooperationen

**Schweiz Tourismus (ST)** – ST ist ein wichtiger Partner für Obwalden Tourismus. Durch die grosse Erfahrung und Marktbeobachtung sowie das Netzwerk von ST konnten im Jahr 2013 diverse Kampagnen lanciert werden. Die von Vierwaldstättersee Tourismus übernommene Website wurde ebenfalls von ST unterhalten.

**Luzern Tourismus (LT AG)** – Eine sehr enge Partnerschaft pflegt OT mit Luzern Tourismus. Gemeinsame Aktivitäten wie Messeauftritte, PR- und Medienkommunikation sowie Print- und Onlinewerbung haben durch gebündelte Marketinggelder grössere Wirkung im Markt, und Obwalden kann zusätzlich von der grossen Bekanntheit von Luzern profitieren. OT ist ebenfalls Mitglied des Marketingbeirats Zentralschweiz, welcher durch Koordination von LT AG mehrmals jährlich tagt.

**Weitere Partner** – Der Austausch und die Angebotskoordination mit den lokalen Tourismusorganisationen in Obwalden sind sehr wichtig. Die lokalen Tourismusorganisationen sind insbesondere für die Gästebetreuung, die Infrastruktur vor Ort sowie die Angebotsgestaltung zuständig. Obwalden Tourismus konzentriert sich auf den Gesamtauftritt, die Kundengewinnung und die Angebotsbündelung. Um das Tourismusbewusstsein im Kanton zu stärken und die Gastfreundschaft aktiv zu leben, spielen auch die Bevölkerung, das Gewerbe und die Politik in diesem Gebilde eine wichtige Rolle.

**Networking** – Mit dem neuen Tourismusgesetz und der Gründung der neuen Obwalden Tourismus AG war der Informationsbedarf über die Neuerungen und weitere Zusammenarbeiten sehr gross. Mit persönlichen Besuchen bei Leistungspartnern, Vorträgen und Teilnahmen an Generalversammlungen diverser Organisationen und mit Informationsveranstaltungen für Leistungspartner wurde versucht, offene Fragen zu klären und das Tourismusbewusstsein zu stärken.

#### Product Management

Basis für die Angebotsgestaltung und -erweiterung war die im Mai erfolgte Bestandesaufnahme der touristischen Infrastruktur, des touristischen Angebots und der Leistungsträger. Dies erleichterte die spezifische Bearbeitung der Segmente erheblich. Aus der Bestandesaufnahme wurden die Geheimtipps abgeleitet und entsprechend vermarktet.

**Obwaldner-Kombi** – Ein neues Pauschalangebot wurde mit dem «Obwaldner-Kombi» ins Leben gerufen. Gäste konnten von April bis Oktober 2013 erstmals drei oder fünf Übernachtungen buchen und erhielten dazu den Tell-Pass zu einem Vorzugspreis. Das Package war auch im Winter buchbar.

**Malwettbewerb Obwalden** – Der von Sarnen Tourismus lancierte Malwettbewerb über die Sommersaison hinweg wurde von Obwalden Tourismus übernommen und auf den ganzen Kanton ausgeweitet. So konnten Kinder, die mit ihren Familien in Obwalden die Ferien verbrachten, ihr schönstes Plätzchen in Obwalden auf dem Malbogen zeichnen und die Zeichnung im Tourismusbüro abgeben. Jede Person, die eine Zeichnung vorbeibrachte, erhielt einen Gutschein für ein Dessert in einem beliebigen Restaurant in Obwalden. Der Wettbewerb fand grossen Anklang bei den Feriengästen.

**SnowCard** – Eine attraktive Winterpauschale ist in Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus entstanden. Bei Buchung dieses Angebots mit mindestens einer Übernachtung im Kanton Obwalden erhielt der Gast die SnowCard für einen Skitag in einem von 14 Wintersportgebieten der Zentralschweiz.



Filmaufnahmen Melchsee-Frutt

#### Rahmenprogramme für Gruppen und Seminare

Für die Bearbeitung der wichtigen Segmente Gruppen und Seminare wurden Rahmenprogramme für zwei Stunden, Halbtage und ganze Tage im Kanton Obwalden ausgearbeitet. Diese Zusammenstellung erlaubt es, bei Gruppen- und Seminaranfragen das optimale Programm für einen Aufenthalt mit Ausflugstipps in Obwalden zu präsentieren. Flankierend dazu wurde auch eine Übersicht mit Schlechtwetterangeboten erstellt – damit wird Obwalden auch bei Regen zum Geheimtipp.

#### Dorfführungen Sarnen und Flüeli-Ranft

Die Dorfführungen in Sarnen und Flüeli-Ranft waren besonders im September sehr gefragt. An einer «Schnupperdorfführung» hatten potenzielle Führer sowie Mitarbeiter des Bahnreisezentrums und der Hotel- und Restaurantbetriebe die Möglichkeit, den geschichtlichen Hintergrund von Sarnen kennen zu lernen. Dank treuen Führern konnten im vergangenen Jahr gesamthaft 24 Dorfführungen organisiert werden. Diese Führungen erfreuen sich grosser Beliebtheit bei unseren Gästen. Obwalden Tourismus möchte solche Angebote in Zukunft vermehrt in die Kommunikation aufnehmen.

#### Folklore im Sommer

Während der Sommermonate fanden insgesamt vier Folkloreabende statt. Das Hotel Krone in Sarnen, das Parkhotel Waldheim in Wilen, das Kurhaus am Sarnersee Wilen sowie das Seehotel Wilerbad Wilen machten vom Angebot Gebrauch und boten ihren Gästen einen urhigen Abend mit guter Unterhaltung. Zu diesen Anlässen gab es seitens der Hotels und der Gäste ausschliesslich positive Rückmeldungen.

#### Kommunikationsmassnahmen

**Onlinemarketing** – Das Onlinemarketing bestand aus drei Hauptaktivitäten: der Internetseite, dem Facebook-Auftritt sowie der Betreuung externer Web-Einträge. Mit dem Start von Obwalden Tourismus wurde der Internetauftritt von Vierwaldstättersee Tourismus übernommen. Hierbei wurde man tatkräftig von Giswil Tourismus unterstützt. Dafür bedankt sich Obwalden Tourismus herzlich. Die Aktualisierung und Instandhaltung dieser umfangreichen Website nahm viel Zeit in Anspruch. Die Inhalte mussten angepasst und neue Angebote aufgeschaltet werden. Die Seite zeigte das Angebot von den Kantonen Ob- und Nidwalden. Für das erste Jahr hat Obwalden Tourismus die Pflege der Website auch für

Nidwalden Tourismus ausgeführt. Folgende Statistik zeigt auf, wie viele Besucher sich für das touristische Angebot von Ob- und Nidwalden interessiert haben.

**Besucher Website 2013**

Besucher Total	312 693
Neue Besucher	75%
Wiederkehrende Besucher	25%
Seitenaufrufe	1 952 258
Seiten/Besucher	6.24

Quelle: Google Analytics

Im Marketing bildet der neue Internetauftritt das Kernstück der Kommunikation. 2013 wurde intensiv an den Vorbereitungen für den Relaunch gearbeitet. Dabei wird auf emotionale Bilder und informative Karten gesetzt. Ab dem Jahr 2014 werden Obwalden und Nidwalden Tourismus mit separaten Internetseiten auftreten. Seit dem Bezug der neuen Büroräumlichkeiten beim Bahnhof Sarnen verfügt Obwalden Tourismus auch über einen Facebook-Account. Regelmässig wurden seither Angebote, Geheimtipps, Veranstaltungen, Fotos und Videos gepostet. Die Fananzahl steigt stetig. Per Ende Jahr 2013 zählte [www.facebook.com/obwalden](http://www.facebook.com/obwalden) über 600 Fans. Obwalden Tourismus pflegt nebst der eigenen Website auch diverse externe Webeinträge bei Tourismuspartnern, Schweiz Mobil, GPS-Tracks und vielen mehr. Diese galt es aktuell zu halten.

**Marktbearbeitung** – Obwalden Tourismus hat im ersten Geschäftsjahr hauptsächlich Imagewerbung betrieben, um die Marke «Obwalden – der Geheimtipp» bekannt zu machen. Im Sommer lagen die Schwerpunkte bei den Aktivitäten Wandern, Fischen und Biken. Im Winter lag der Fokus auf Wintersport, Wellness und Gastronomie. Über das ganze Jahr hinweg wurden Veranstaltungsinserate in den lokalen Medien publiziert. Die Insertionen wurden hauptsächlich in der Zentralschweiz und Zürich realisiert.

Im internationalen Markt war Obwalden Tourismus mit der Keypartnerschaft bei Schweiz Tourismus im Markt Deutschland in diversen Printmedien, mit Onlinepräsenzen, Mailings und organisierten Medienreisen präsent. Bereits aufgegleist sind einige Massnahmen für das Jahr 2014 in den Niederlanden und wiederum Deutschland.

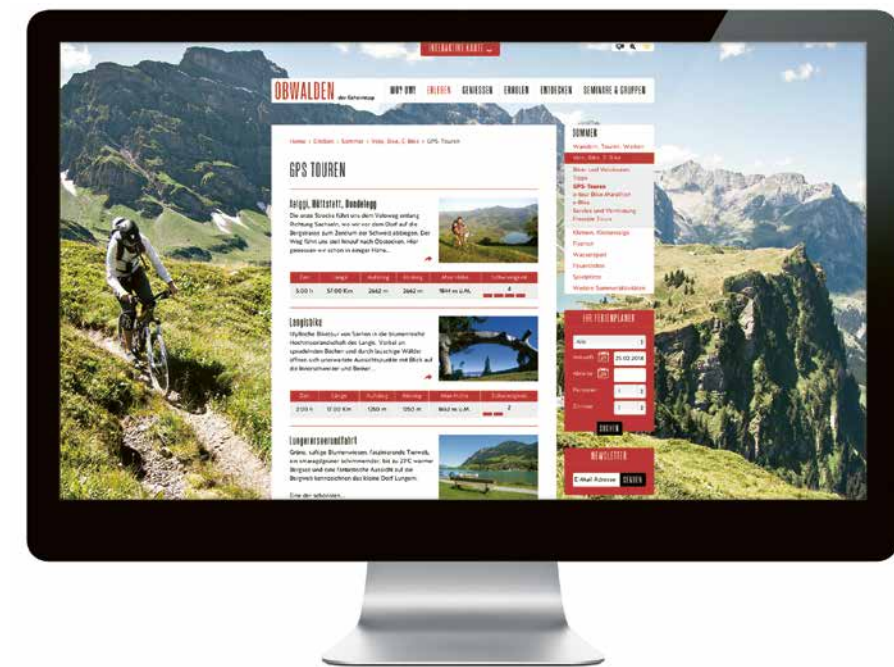
**Events** – Ein wichtiges Standbein zur Steigerung des Bekanntheitsgrades sind diverse Anlässe mit einer überregionalen Ausstrahlung. Obwalden Tourismus unterstützt die Organisationen vorwiegend in Form von Kommunikationsmassnahmen, Unterkunftscoordination oder bei der aktiven Mitarbeit im Organisationskomitee. Ein Überblick einiger Anlässe, welche Obwalden Tourismus im 2013 unterstützt hat, sind unten aufgelistet. Nebst diesen Veranstaltungen sind im vergangenen Jahr auch diverse Projekte für Grossanlässe in den Jahren 2014 und 2015 in Angriff genommen worden.

- Oldtimer in Obwalden
- Schweizer des Jahres Älggialp
- Mountainman
- o-tour Bike Marathon
- Grosse Alpabfahrt Kerns
- Weihnachtsmärkte Obwalden

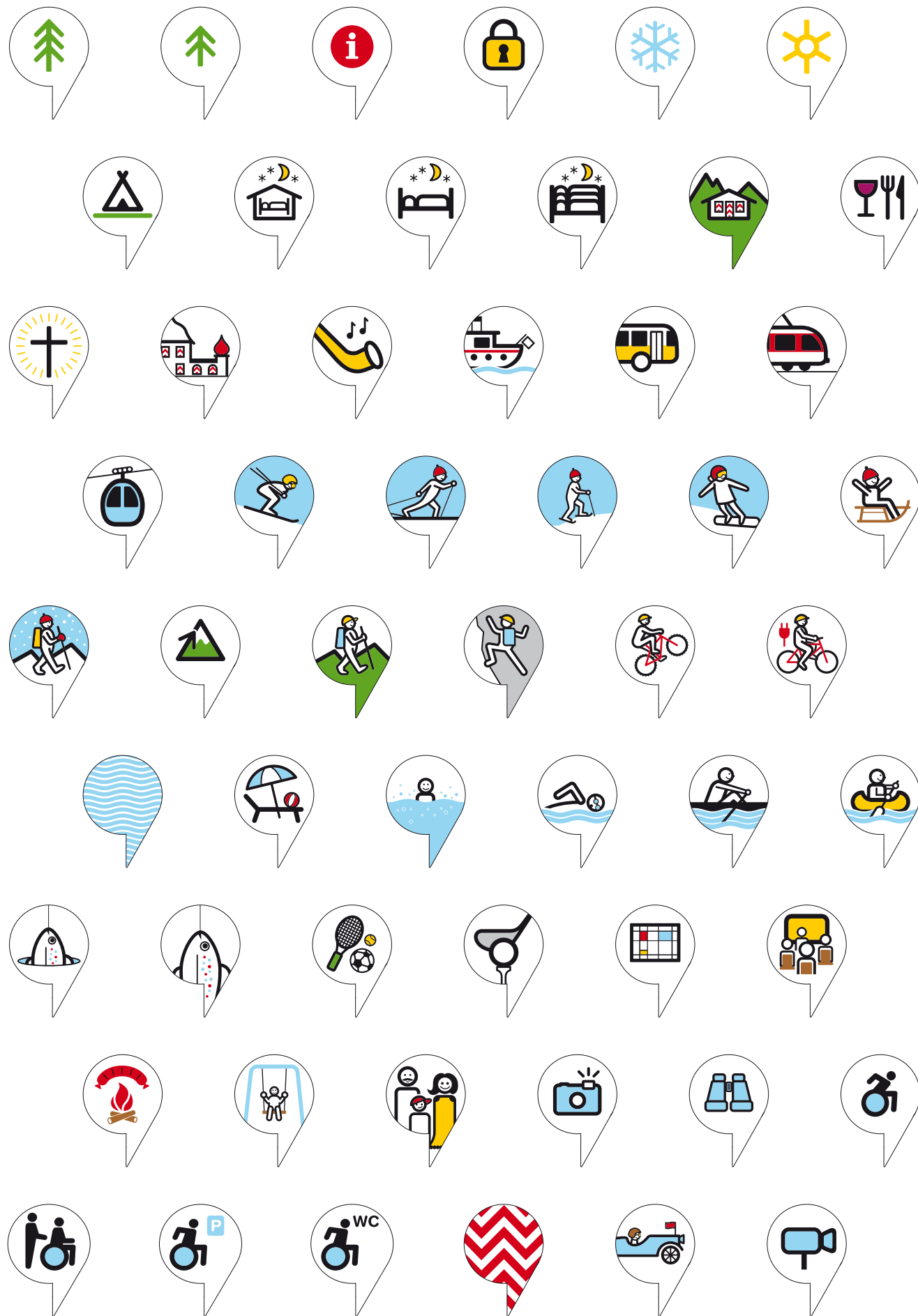
**Medienarbeit** – Obwalden Tourismus pflegt nationale und internationale Medienkontakte. Mit der Kommunikation von Neuigkeiten und der Koordination von Medienreisen vor Ort wurden im vergangenen Jahr zahlreiche Themen bearbeitet und veröffentlicht. Folgende Aufgaben umfasst die Tätigkeit von Obwalden Tourismus im Medienbereich:

- Kontaktpflege im In- und Ausland
- Medien- und Partner-Newsletter
- Planung und Koordination der Medienreisen
- Betreuung von Presseleuten
- Mitorganisation von Studienreisen, FamTrips
- Austausch und Zusammenarbeit mit den Medienabteilungen von Luzern Tourismus und Schweiz Tourismus
- Nachbearbeitung und Controlling der Besuche und Berichte in und über Obwalden

Zweiteiliges Inserat Fischen



Screenshot der neuen Website



Neu entwickelte Piktogramme

JAHRESRECHNUNG OT AG 25.9.2012 – 31.12.2013

BILANZ

AKTIVEN		31.12.2013 CHF
<b>Umlaufvermögen</b>	Flüssige Mittel	769 628.65
	Forderungen gegenüber Dritten	156 340.00
	Wertberichtigung Forderungen	-15 600.00
	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	140 740.00
	Übrige kurzfristige Forderungen	7 365.25
	Forderungen gegenüber Aktionären	6 400.00
	Aktive Rechnungsabgrenzungen	28 779.65
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>952 913.55</b>	
<b>Anlagevermögen</b>	Wertschriften	18 000.00
	Mobile Sachanlagen	52 400.00
	<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>70 400.00</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>1 023 313.55</b>

PASSIVEN		31.12.2013 CHF
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	44 583.94
	Verbindlichkeiten Gutscheine	254 943.80
	Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	23 921.70
	Passive Rechnungsabgrenzungen	61 793.25
	Rückstellungen	292 500.00
	<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>677 742.69</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	Rückstellungen	142 000.00
	<b>Total langfristiges Fremdkapital</b>	<b>142 000.00</b>
	<b>Total Fremdkapital</b>	<b>819 742.69</b>
<b>Eigenkapital</b>	Aktienkapital	100 000.00
	Gesetzliche Kapitalreserve	99 400.00
	Gewinnvortrag	
	Jahresgewinn	4 170.86
	Bilanzgewinn	4 170.86
	<b>Total Eigenkapital</b>	<b>203 570.86</b>
<b>Total Passiven</b>		<b>1 023 313.55</b>



## JAHRESRECHNUNG OT AG 25.9.2012 – 31.12.2013

## ERFOLGSRECHNUNG

ERTRAG		25.9.2012 – 31.12.2013
		CHF
<b>Ertrag aus Lieferungen und Leistungen</b>	Tourismusabgaben	964 277.20
	Beitrag Kanton Obwalden	180 000.00
	Ertrag aus Dienstleistungen	110 887.65
	Erlösminderungen	-15 600.00
	<b>Betriebsertrag aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>1 239 564.85</b>
<b>AUFWAND</b>		
<b>Direkter Aufwand</b>	Gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden	-194 000.00
	Freiwillige Abgaben Einwohnergemeinden	-75 000.00
	Aufwand Tourismuskoooperationen	-32 750.85
	Werbeaufwand	-115 700.90
	Übriger Marketingaufwand	-107 870.19
	<b>Total direkter Aufwand</b>	<b>-525 321.94</b>
	Bruttoergebnis nach direktem Aufwand	714 242.91
<b>Personalaufwand</b>		<b>-416 493.45</b>
	Bruttoergebnis nach Personalaufwand	297 749.46
<b>Übriger betrieblicher Aufwand</b>	Raumaufwand	-26 390.00
	Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-10 539.05
	Verwaltungs- und Informatikaufwand	-80 462.16
	Sonstiger betrieblicher Aufwand	-27 907.45
	<b>Total übriger betrieblicher Aufwand</b>	<b>-145 298.66</b>
	Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Wertberichtigungen, Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern	152 450.80
<b>Abschreibungen</b>	Abschreibungen Mobilien, Einrichtungen, EDV	<b>-23 384.75</b>
	Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern	129 066.05
<b>Finanzerfolg</b>	Zinsaufwand, Spesen	-1 207.09
	Zinsertrag	215.15
	<b>Total Finanzerfolg</b>	<b>-991.94</b>
	Betriebsergebnis vor ausserordentlichem Erfolg und Steuern	128 074.11
<b>Ausserordentlicher Ertrag</b>	NRP Projekt Aufbau	<b>410 828.95</b>
	Personalausleihe von Dritten für Aufbau	-99 225.50
	Rückstellungen Grossanlässe	-192 000.00
	Rückstellungen Projekte Marketing	-130 000.00
	Rückstellungen Defizitgarantie Tourismusvereine	-112 500.00
	<b>Ausserordentlicher Aufwand</b>	<b>-533 725.50</b>
	Jahresgewinn vor Steuern	5 177.56
	Steuern	-1 006.70
<b>JAHRESGEWINN</b>		<b>4 170.86</b>

## ANHANG

		31.12.2013
Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen		
Bis 10 Vollzeitstellen		zutreffend
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	CHF	10 552.35
Übrige Angaben		
Diese Jahresrechnung wurde nach dem neuen Rechnungslegungsrecht, das seit dem 1. Januar 2013 in Kraft ist, erstellt.		
Die Obwalden Tourismus OT AG wurde am 25. September 2012 gegründet. Beim Berichtsjahr handelt es sich um ein überlanges Geschäftsjahr, deshalb sind keine Vorjahresangaben ausgewiesen.		
Freiwillige Angaben		
Brandversicherungswert der Sachanlagen	CHF	160 000.00

## ANTRAG ÜBER DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS

Der Verwaltungsrat schlägt vor, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:	25.9.2012 – 31.12.2013
	CHF
Gewinnvortrag	0.00
Jahresgewinn	4 170.86
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>4 170.86</b>
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	-500
<b>Vortrag auf neue Rechnung</b>	<b>3 670.86</b>

REVISIONSBERICHT



Tel. 041 666 27 77  
 Fax 041 666 27 78  
 www.bdo.ch

BDO AG  
 Kernserstrasse 31  
 6061 Sarnen

**Bericht des Wirtschaftsprüfers an den Verwaltungsrat  
 zur Jahresrechnung der Obwalden Tourismus OT AG in Sarnen**

Auftragsgemäss haben wir als Wirtschaftsprüfer die beiliegende Jahresrechnung der Obwalden Tourismus OT AG bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seite 15 bis 17) für das den Zeitraum vom 25. September 2012 bis 31. Dezember 2013 umfassende Geschäftsjahr geprüft.

**Verantwortung des Verwaltungsrates**

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

**Verantwortung des Wirtschaftsprüfers**

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die beruflichen Verhaltensanforderungen einzuhalten und die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Existenz und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

**Prüfungsurteil**

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Sarnen, 21. März 2014

BDO AG

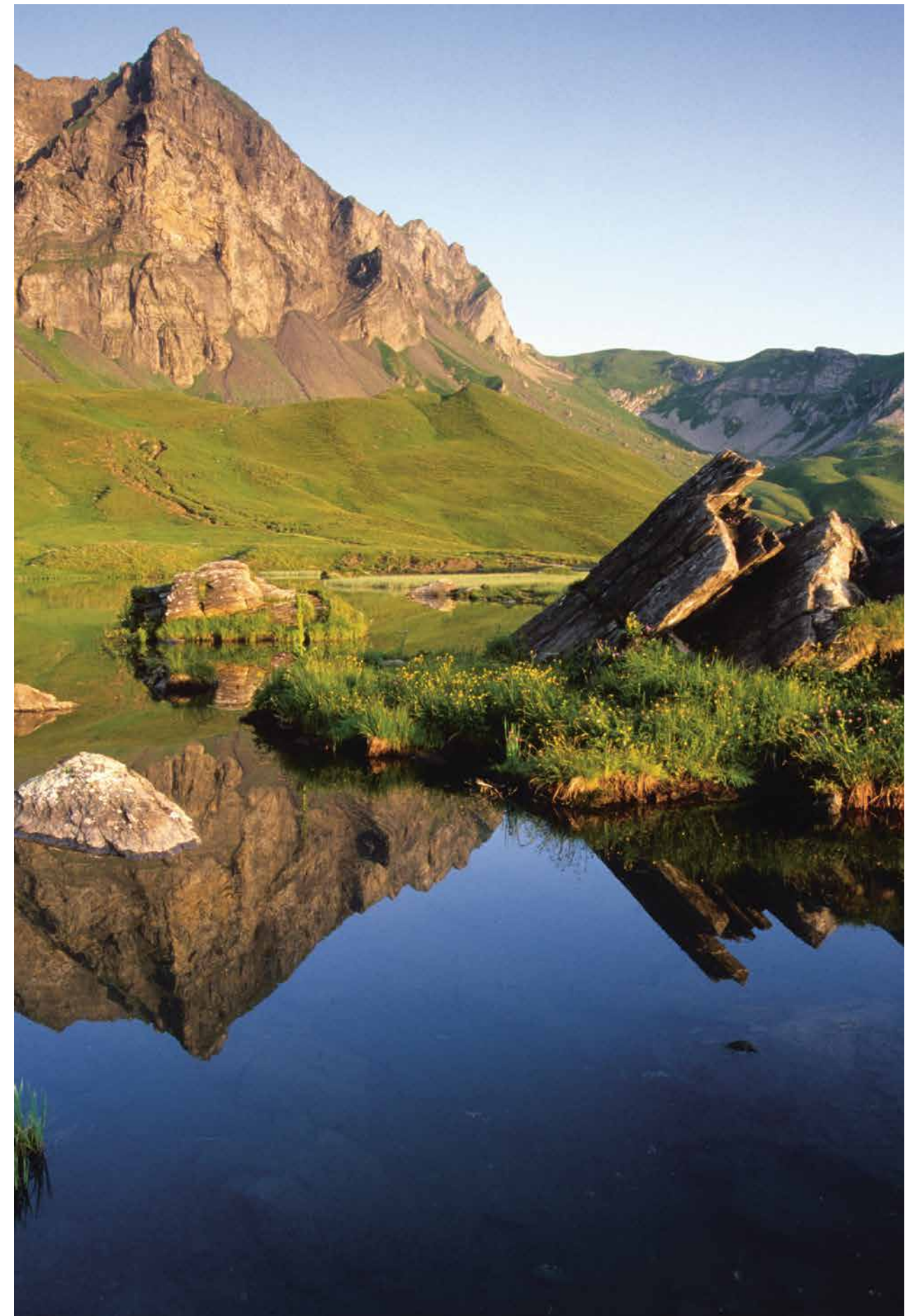
Andreas Matti  
 dipl. Wirtschaftsprüfer

i.V. Barbara Odermatt-Ziegler

**Beilagen**

Jahresrechnung

BDO AG, mit Hauptsitz in Zürich, ist die unabhängige, rechtlich selbstständige Schweizer Mitgliedsfirma des internationalen BDO Netzwerkes.



## Die Infostelle hat ein turbulentes Jahr hinter sich. Die Bilanz fällt aber trotzdem sehr positiv aus.

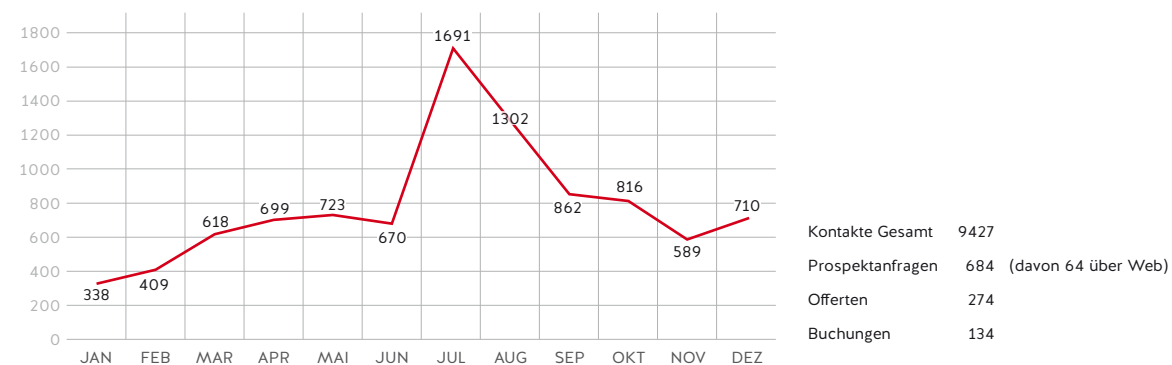
**Anfragen, Buchungen und Offerten** – Nebst den Anfragen für Obwalden galt es aufgrund einer mit Nidwalden Tourismus fürs Jahr 2013 abgeschlossenen Leistungsvereinbarung auch die Anfragen für Nidwalden zu beantworten. Die Infostelle fungiert auch als TCS-Kontaktstelle und Mountainman-Sekretariat. Rund 684 Prospektanfragen, 262 Buchungen und 274 Offerten wurden von der Infostelle im Jahr 2013 bearbeitet.

**Neues Kompetenzzentrum am Bahnhof** – Ende Juni 2013 erfolgte der Umzug ins Bahnreisezentrum, welches mit einer gelungenen Eröffnungsfeier am 4. Juli 2013 eingeweiht wurde. Die neuen Öffnungszeiten führten zu personellen Engpässen, weshalb nach einem Monat Probelauf beschlossen wurde, den 7-Tage-Betrieb auf sechs Tage zu reduzieren. Erfolgreich war der Umzug allemal: Touristen sowie Einheimische schätzen die neue zentrale Lage und die Infostelle erfreute sich besonders während des Sommers grosser Laufkundschaft. Die Zusammenarbeit mit der Zentralbahn gelang auf Anhieb, wovon die Gäste auch in Zukunft profitieren können.

**Auswertung der Kontakte** – Im ersten Jahr konsultierten über 9400 Kunden die Infostelle. Den mit Abstand grössten Teil der Kontakte betrafen Anfragen für Obwalden, gefolgt vom TCS und Nidwalden. Bahnauskünfte im Dienste der Zentralbahn wurden erst seit dem Umzug berücksichtigt. Viele der Kontakte für Obwalden sind auf Auskünfte zum neuen Tourismusgesetz zurückzuführen. Neben unzähligen Telefonanrufen gingen rund 500 Vorbehalte ein. Diese zusätzliche Belastung erschwerte die Bewältigung des Tagesgeschäfts zum Teil erheblich.

**Verkaufssortiment** – Das Sortiment der Infostelle wurde durch Gutscheine der Mörlialp und der Melchsee-Frutt erweitert. Die beliebten Gastro-Gutscheine können neu auch in den Tourismusbüros Kerns und Giswil bezogen werden. Der Verkauf der Fischerpatente verlief aussergewöhnlich gut, es wurden insgesamt 132 Patente abgegeben. Die Statistik kann seit Juli 2013 ausserhalb der Öffnungszeiten von Obwalden Tourismus bei der Zentralbahn zurückgegeben werden. Für einige Grossanlässe im laufenden Jahr übernimmt die Infostelle die Kontingentsabwicklung der Unterkünfte. Die Vorbereitungen haben bereits 2013 begonnen.

Kontakte pro Monat



Quelle: Erhebung Obwalden Tourismus



Die neue Infostelle im Bahnreisezentrum Bahnhof Sarnen



Eröffnungsfeier am 4. Juli 2013

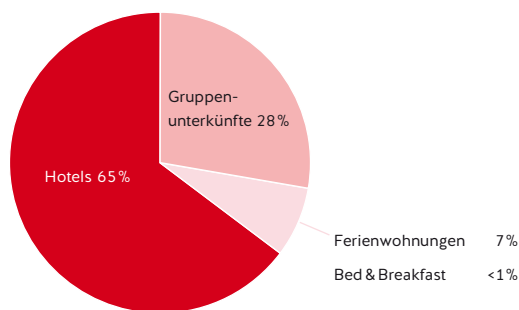
## LOGIERNÄCHTE

Die Hotellerie in der Schweiz verzeichnete gemäss den Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik im Jahr 2013 insgesamt 35,6 Millionen Logiernächte. Dies sind 2,5 Prozent mehr als 2012. Auch der Kanton Obwalden befindet sich im Aufschwung: Hier beträgt die Zunahme gegenüber dem Vorjahr stattliche 3,9%. In absoluten Zahlen wurden in den Obwaldner Hotels 604 970 Logiernächte generiert, was einem Plus von 22 552 Logiernächten entspricht. In der Zentralschweiz schlägt die Zunahme mit 2,9%

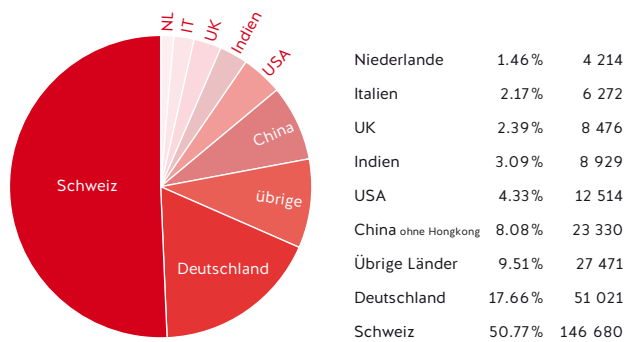
(96398 Logiernächten) zu Buche. Insgesamt wurden in der Zentralschweiz total 3 414 116 Logiernächte gezählt.

Noch viel erfreulicher für die Obwalden Tourismus AG ist die Tatsache, dass im Sarneraatal (ohne Engelberg) 6,3% mehr Logiernächte verbucht werden konnten als 2012. Die Hotels im Sarneraatal verzeichneten 288 803 Logiernächte und stehen somit an der Spitze des schweizerischen Mittels. Einzig der Kanton Zug verfügt über eine höhere Zuwachsrate.

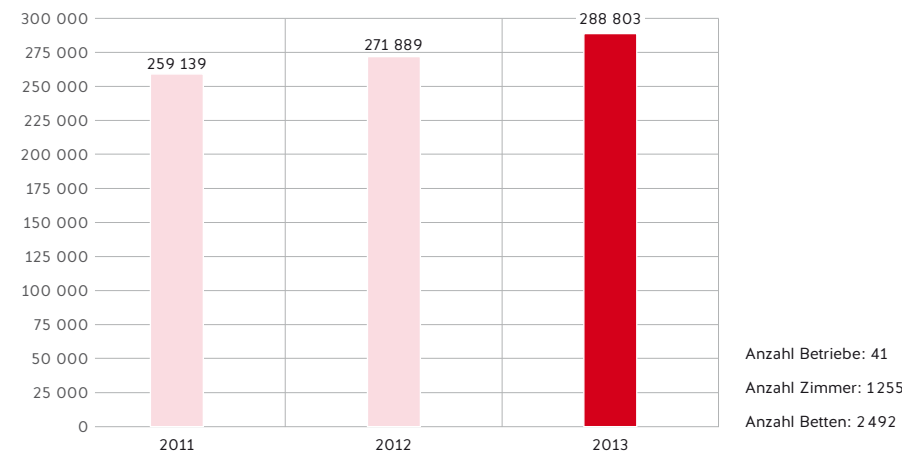
### Anteil Logiernächte



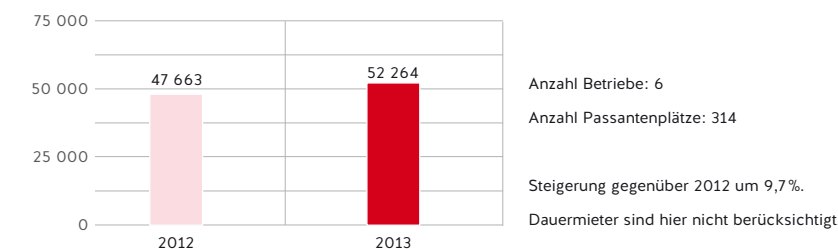
### Gästeherkunft



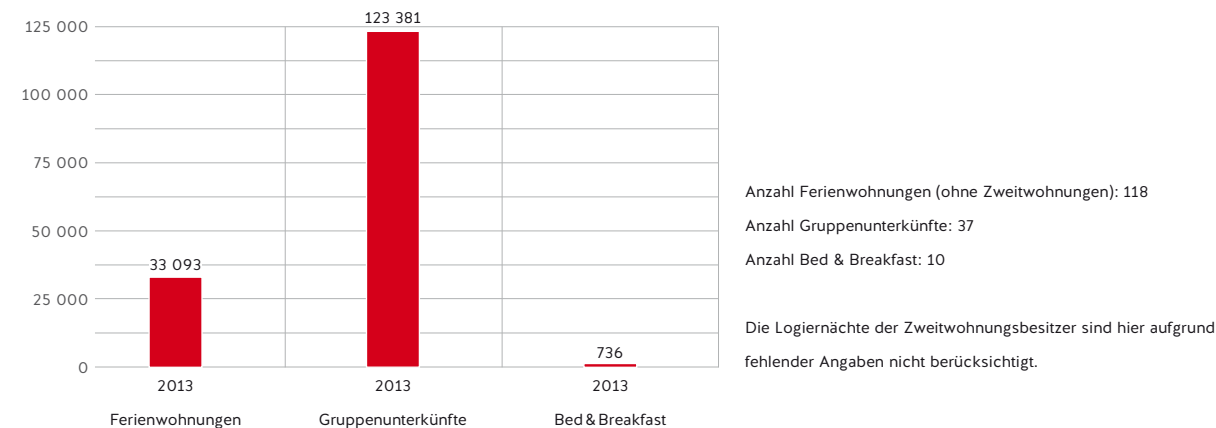
## Hotellerie



## Camping



## Ferienwohnungen, Gruppenunterkünfte, Bed & Breakfast



Quellen:  
- Bundesamt für Statistik, 24.2.2014  
- Erhebung Obwalden Tourismus

## ZIELE

Im ersten Geschäftsjahr lag der Schwerpunkt vor allem auf dem Aufbau der Organisation. Das Jahr 2014 steht dagegen ganz im Zeichen der Vermarktung des Kantons Obwalden. Die Marketing-Aktivitäten für die verschiedenen strategischen Geschäftsfelder werden im Detail geplant und umgesetzt. Neben der Vermarktung spielen auch die Aufbereitung der Informationsmittel für Gäste, Bevölkerung und Leistungsträger sowie die Vereinheitlichung der Angebote eine wichtige Rolle. Dazu hat der Verwaltungsrat für das Jahr 2014 folgende Ziele festgelegt.

- *Steigerung der Wertschöpfung in der Region (Logiernächte und Frequenzen)*
- *Verbesserung des Informationsflusses gegen innen*
- *Definition von konkreten Informationen und Leistungen für Gäste und für Abgabepflichtige*
- *Definition gezielter Marketing-Aktivitäten mit Ausrichtung auf die Segmente*
- *Schwerpunkt des Marketings bildet der Raum Zürich mit dem Auftritt am Sechseläuten*
- *Lancierung einer Datenbank mit Schnittstelle zur Buchhaltung*

## EVENTS

Veranstaltungen gehören zu den am schnellsten wachsenden Teilsegmenten im touristischen Leistungsbündel. Der Eventtourismus wird immer bedeutender, trägt er doch auch erheblich zur Wertschöpfung des Kantons bei. Auch im Jahr 2014 stehen zahlreiche kulturelle und sportliche Grossanlässe in Obwalden an. OT bietet die eigenen Kommunikationskanäle zur Bewerbung des Anlasses an und unterstützt die Veranstalter teilweise mit aktiver Mitarbeit. Viele der Events sind wiederkehrend und sind so der ideale Treffpunkt für Einheimische und Gäste.

- 25.-28. April 2014 → Auftritt Sechseläuten Zürich
- 7.-8. Juni 2014 → Oldtimer in Obwalden
- 7.-8. Juni 2014 → Internationale Ruderregatta
- 15.-16. Juni 2014 → Velofest – Tour de Suisse in Sarnen
- 3.-6. Juli 2014 → Volkskulturfest Obwald
- Juli 2014 → Schweizer des Jahres, Älggialp
- 31. Juli 2014 → Seenachtsfest Lungern
- 16. August 2014 → Mountainman
- 29.-31. August 2014 → Zentralfest Sarnen
- 7. September 2014 → Switzerland Marathon Light
- 14. September 2014 → o-tour Bike Marathon



**Finden Sie Ihre Mitte und die der Schweiz.**

Von der Wirkungsstätte des heiligen Bruder Klaus zur Älggialp, dem Mittelpunkt der Schweiz. Geniessen Sie die Ruhe und Natur dieser Kraftorte.

From the domain of Brother Klaus to the Älggialp, the centre of Switzerland. Enjoy the peace and quiet of these places of energy.

**Come into your own and Switzerland's centre.**

[www.obwalden-tourismus.ch](http://www.obwalden-tourismus.ch)



**OBWALDEN**  
der Geheimtipp



# WINTERPARADIES



Ob mit oder ohne Schnee.

**OBWALDEN**

Tourismus

[www.obwalden-tourismus.ch](http://www.obwalden-tourismus.ch)

## VERWALTUNGSRAT



V.l.n.r.: Thomas Spitzmüller, Hansruedi Odermatt, Niklaus Bleiker, Bruno Della Torre, Alexandra Townend Genoni, Florian Spichtig, Walter Kuchler, Beat von Deschwanden, Josef Inderbitzin. Es fehlt Beat Odermatt.

**Florian Spichtig\*** **Präsident**

Geograf, Sachseln

**Josef Inderbitzin\*** **Vize-Präsident**

Direktor Hotel Krone, Sarnen

**Niklaus Bleiker\***

Regierungsrat, Alpnach

**Bruno Della Torre**

Geschäftsleiter Berghotel Bonistock, Kerns

**Walter Kuchler**

Präsident Gastro Obwalden, Flüeli-Ranft

**Beat Odermatt**

Gemeinderat Sarnen, Sarnen

**Hansruedi Odermatt**

Restaurant Bahnhofli, Lungern

**Thomas Spitzmüller**

Präsident Giswil-Mörlialp Tourismus, Giswil

**Alexandra Townend Genoni**

Direktorin Parkhotel Waldheim, Wilen

**Beat von Deschwanden**

Techn. Leiter Sportbahnen Melchsee-Frutt, Kerns  
(ohne Stimmrecht)

\* VR-Ausschuss

## AKTIONÄRE

Das Aktienregister wird an der offiziellen Generalversammlung aufgelegt und kann von den Aktionären eingesehen werden. Die Aufteilung der Aktien setzt sich wie folgt zusammen (Stand 31.12.2013): Der Kanton Obwalden besitzt 7643 Aktien, die übrigen 353 Aktionäre zusammen 2357 Aktien.

GESCHÄFTSSTELLE



V.l.n.r.: Romy Bacher, Désirée Blättler, Anja Degiampietro, Markus Bolliger, Marion Imfeld, Nadine Röthlin.

- Markus Bolliger**    **Geschäftsleiter 100%**  
Alpnach
- Nadine Röthlin**    **Leiterin Marketing 100%**  
Stans
- Anja Degiampietro**    **Leiterin Infostelle 100%**  
Alpnach
- Désirée Blättler**    **Gästekbetreuung 70%**  
Kerns
- Romy Bacher**    **Gästekbetreuung 40%**  
Lungern
- Marion Imfeld**    **Gästekbetreuung 40%**  
Sarnen

HERAUSGEBER

Obwalden Tourismus AG  
Bahnhofplatz 1 | 6060 Sarnen  
Telefon +41 (0) 41 666 50 40  
info@obwalden-tourismus.ch  
www.obwalden-tourismus.ch

KONZEPT UND GESTALTUNG  
Amrhein Anderhalden  
Agentur für Konzept und Gestaltung  
www.A-A.ch  
FOTOGRAFIE  
A-A, Hinz und Kunz, Sibylle Kathriner,  
OT AG, Milan Rohrer, Sooli Film

TEXT  
Textalarm, Urs Zwysig; OT AG  
KORREKTORAT  
Korrigiert, Julia Schwegler-Wieland  
DRUCK  
Küchler Druck AG, Giswil  
PAPIER Z-Offset rough, FSC®





# OBWALDEN

Tourismus

